



# Wyniki finansowe 4Q'2015 i 2015 r.

29 lutego 2016 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



# Oświadczenie



Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji.

Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.



# Spis treści

---



1. Najważniejsze wydarzenia
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Załącznik



# 1. Najważniejsze wydarzenia

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the title.

# Cele na rok 2015 zostały osiągnięte



- Wzrost liczby RGU kontraktowych implikujący wzrost ARPU klientów kontraktowych



- Wzrost oglądalności kanałów Polsatu oraz bardzo dynamiczny wzrost przychodów reklamowych



- Utrzymanie wysokich marż, zmniejszenie zadłużenia oraz poprawa poziomu FCF



- Realizacja synergii operacyjnych i finansowych



# Pozytywny wpływ strategii multiplay na wyniki operacyjne grupy



**5,9 mln** klientów  
w tym **1 mln** klientów  
SmartDOM

**16,5 mln** RGU

**12,6** usługi kontraktowe

**3,9** usługi przedpłacone

**2,13** RGU  
na klienta  
**87,3 PLN** ARPU  
na klienta



**10,1 mln** Telefon

**4,5 mln** Telewizja

**1,8 mln** Internet



# Telewizja Polsat liderem w 2015 r.



**24,6%**  
udziału w oglądalności



**13,2%** kanał główny  
**11,4%** kanały tematyczne

**26,0%**  
udziału w rynku  
reklamy TV



niemal **2X** większa  
dynamika  
vs rynek reklamy



# Solidne wyniki finansowe 2015 r.



**9.823** mln PLN  
przychody

**3.685** mln PLN  
EBITDA  
**37,5%** marża EBITDA

**1.305** mln PLN  
FCF

**2,84x**  
dług netto/EBITDA<sup>(1)</sup>

Nota: (1) na bazie wyceny nominalnej





## Przychodowe

Ponad **1,1 mln** dosprzedanych produktów w SmartDOM z ARPU ok **30 PLN**

## Kosztowe

**69** rozpoczętych inicjatyw – szacowany efekt **0,85 mld PLN<sup>(1)</sup>**


## Finansowe

Zapowiadane **0,7 mld PLN<sup>(1)</sup>** synergii znacząco przekroczone.  
Łączne oszczędności odsetkowe **>2 mld PLN<sup>(1,2)</sup>**

Nota: (1) kumulatywnie w latach 2014-2019

(2) I etap: Nowa umowa kredytowa CP, Spłata starego kredytu bankowego CP, umorzenie obligacji Senior Notes CP, umorzenie obligacji PIK PLK; II etap: kredyty CP i PLK oraz umorzenie obligacji Senior Notes PLK

## 2. Działalność operacyjna

A horizontal decorative bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

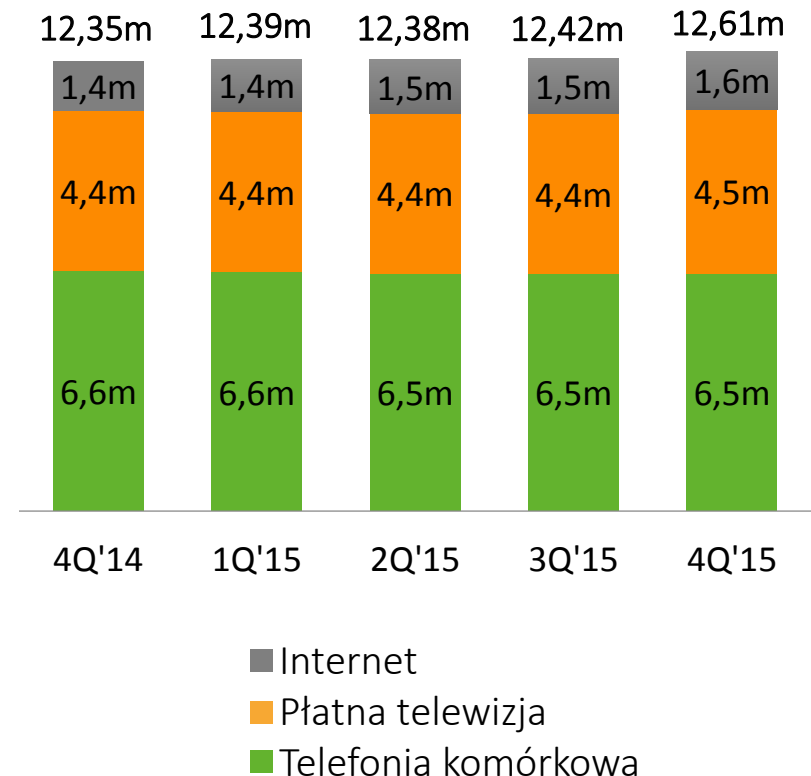
## 2.1 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym



# Konsekwentna budowa bazy usług kontraktowych



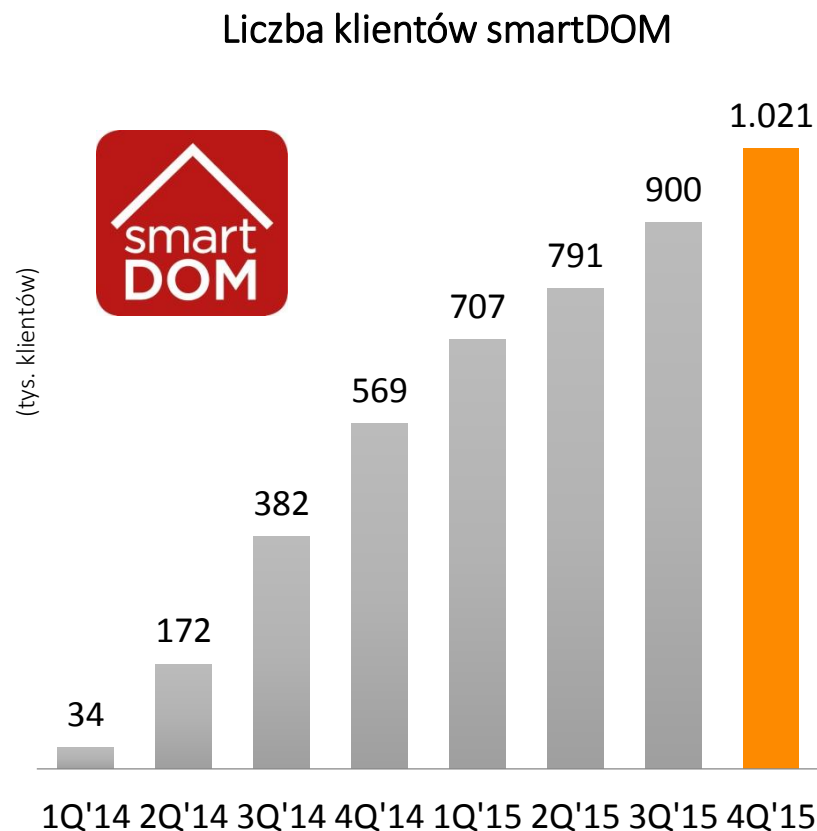
- Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych q/q o 196 tys.
- Dalszy wzrost RGU Internetu mobilnego, wsparty najszerszym pokryciem i jakością sieci LTE
- Organiczny wzrost RGU płatnej telewizji
- Wyraźne wyhamowanie presji cenowej na rynku telefonii mobilnej, skutkujące stabilizacją bazy usług głosowych



# Dynamiczny wzrost klientów multiplay



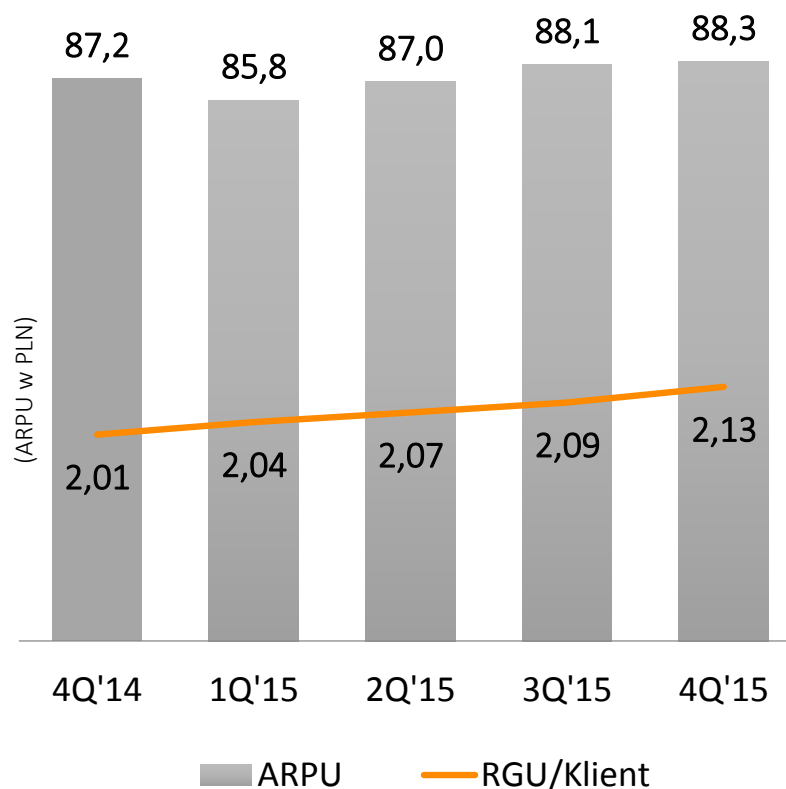
- Już 17% naszych klientów korzysta z oferty zintegrowanej, co powinno pozytywnie przełożyć się na ich lojalność w przyszłości
- Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów wynosi 3,04mln
- Cel 1 mln klientów smartDOM na koniec 2015 roku został osiągnięty



# Skuteczna budowa ARPU klienta



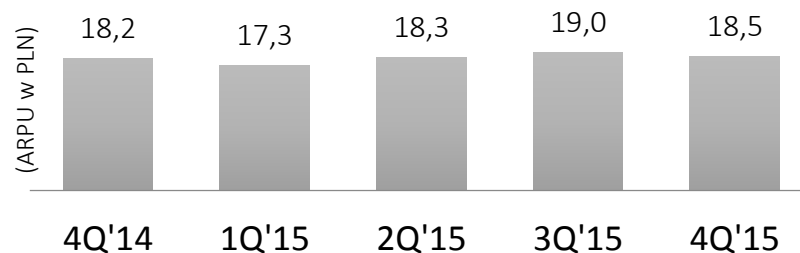
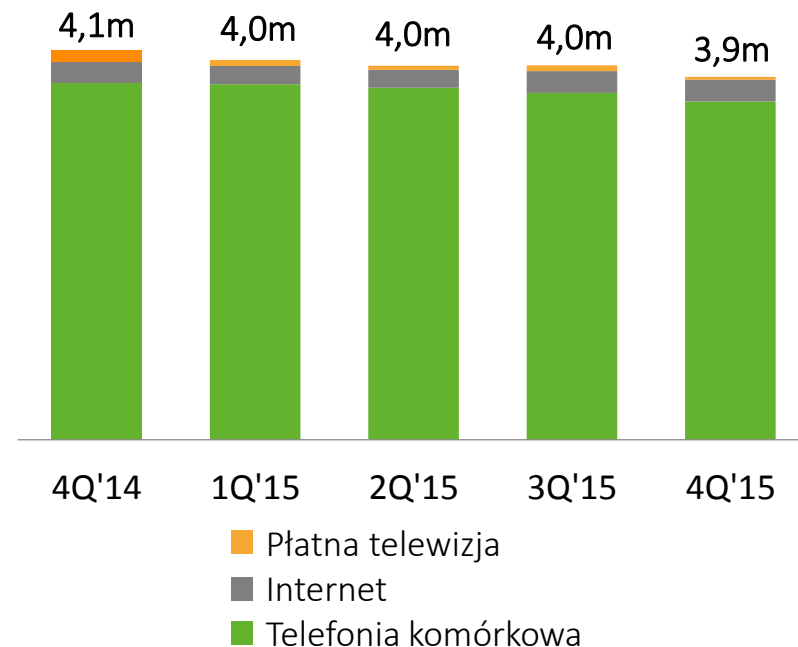
- Konsekwentna realizacja strategii, skutkująca wzrostem nasycenia bazy usługami kontraktowymi
- Wyraźny wzrost ARPU na klienta do 88,3 PLN w wyniku dosprzedaży dodatkowych produktów i usług, m.in. dzięki ofercie smartDOM
- Proces migracji klientów telefonii na taryfy nielimitowane dobiega końca, co przy wyraźnym ograniczeniu presji cenowej dobrze rokuje na przyszłość



# Prepaid – stabilna baza i rosnące ARPU



- Wartość rynku prepaid wraca do wzrostów w efekcie długotrwałej stabilizacji cen w tym segmencie
- Wzrost konsumpcji danych przez smartfony oraz wyższe wolumeny wymienianego ruchu pozytywnie wpływają na poziom ARPU
- ARPU naszych klientów rośnie w tempie 1,6% r/r



## 2.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej



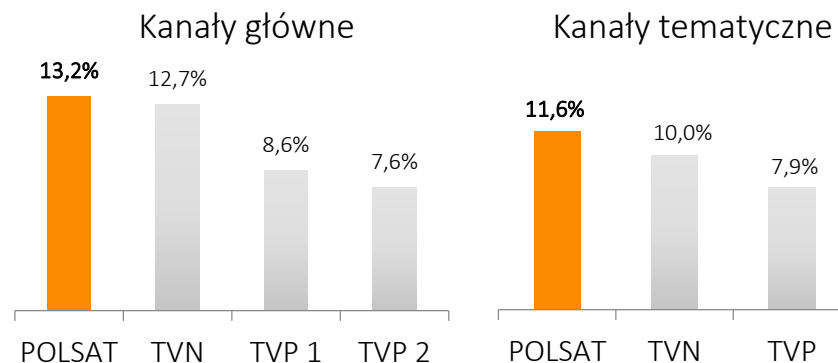


# Oglądalność naszych kanałów w 4Q'15

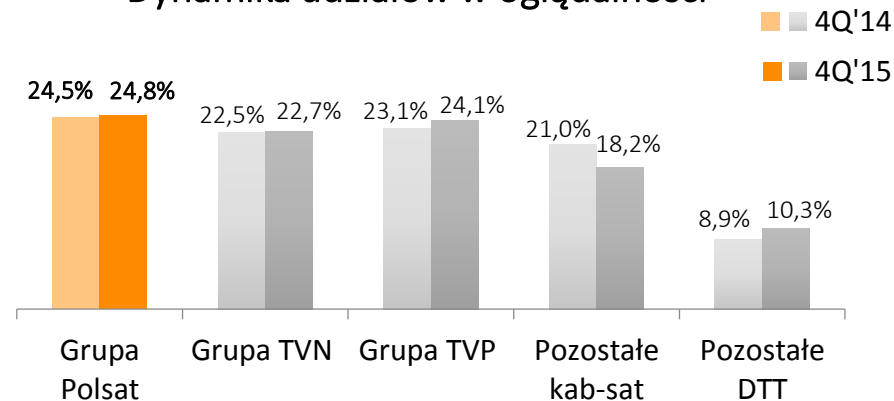


- Kanał główny oraz Grupa Polsat liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Bardzo pozytywny efekt poczynionych inwestycji programowych w kanały TV4 i TV6

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



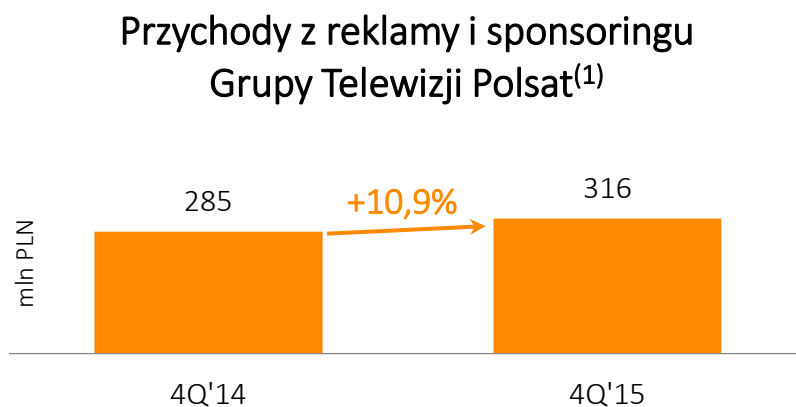
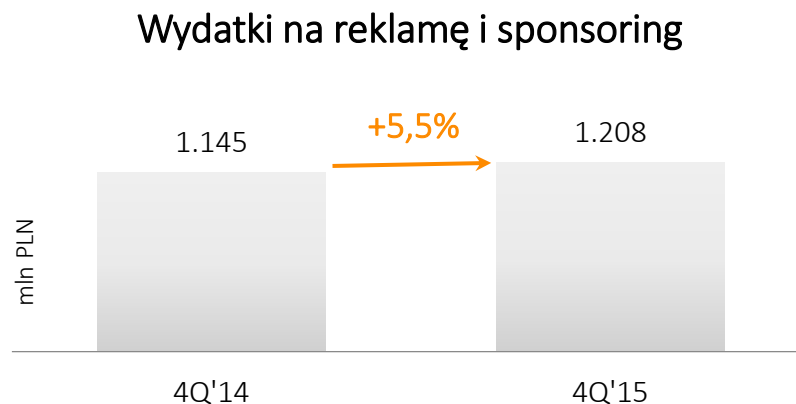
Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne



# Pozycja na rynku reklamy w 4Q'15



- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 4Q'15 wzrósł r/r o 5,5%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosły dwukrotnie szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 26,1%



Źródło: SMG Poland (dawniej SMG Starlink), reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji SMG Poland

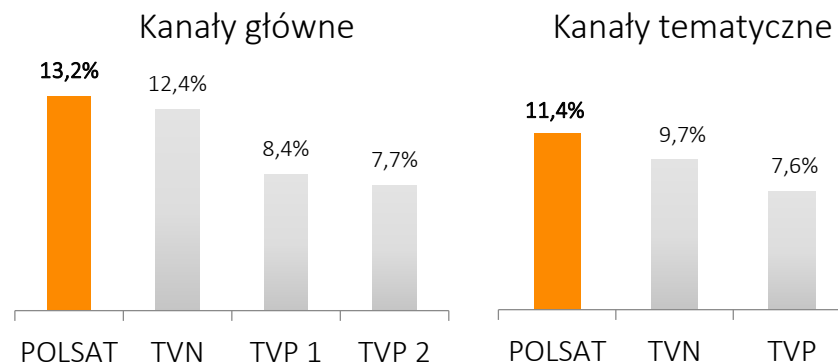


# Oglądalność naszych kanałów w 2015 r.

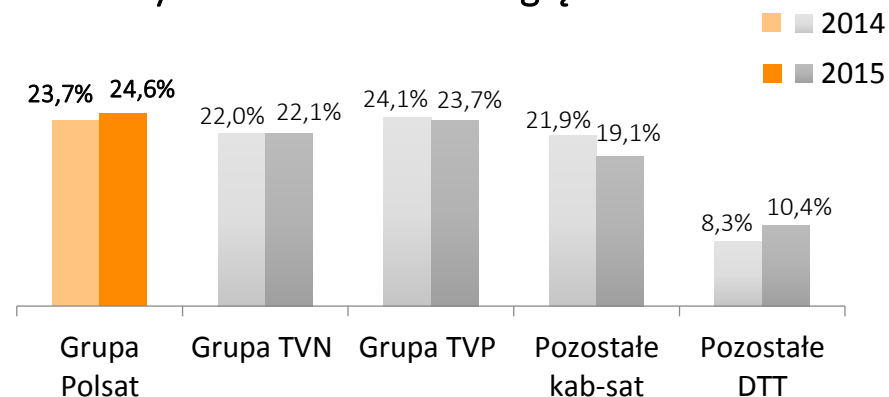


- Ponownie kanał główny Polsatu oraz grupy kanałów tematycznych Polsatu liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności Grupy Polsat zgodne ze strategią

## Udział w oglądalności



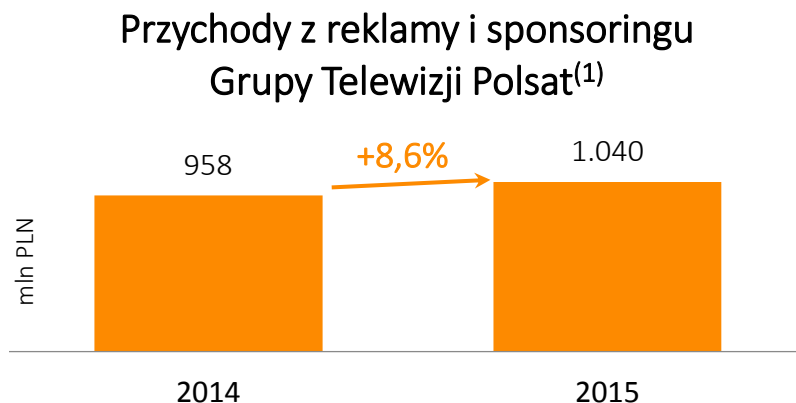
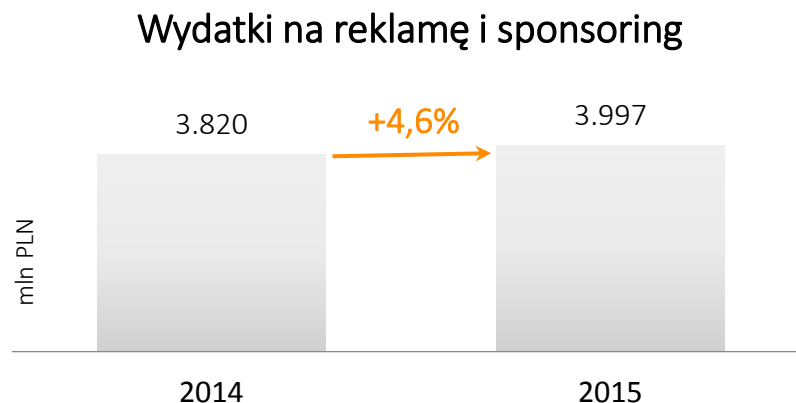
## Dynamika udziałów w oglądalności



# Pozycja na rynku reklamy w 2015 r.



- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2015 r. wzrósł r/r o 4,6%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosły szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 26,0%
- Oczekujemy wzrostu dla całego rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu na średnim jednocyfrowym poziomie w 2016 roku



Źródło: SMG Poland (dawniej SMG Starlink), reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne

Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji SMG Poland



# 3. Wyniki finansowe

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.

# Wyniki finansowe grupy w 4Q'15



mln PLN	4Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.610	4%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.723	2%
EBITDA	881	5%
Marża EBITDA	33,8%	0,6pkt%
Zysk netto	186	1.227%

- Wzrost przychodów oraz kontrola kosztów operacyjnych skutkująca poprawą wyniku EBITDA o 44 mln PLN
- Zysk netto wzrósł głównie dzięki niższym kosztom z tytułu różnic kursowych z tytułu wyceny obligacji PLK w porównaniu do roku poprzedniego jak również wyższemu wynikowi operacyjnemu Grupy Polsat

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 4Q'15



mln PLN	4Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.274	3%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.514	2%
EBITDA	756	4%
Marża EBITDA	33,2%	0,5pkt%

- Wzrost przychodów ze sprzedaży spowodowany głównie wzrostem przychodów hurtowych i sprzedaży sprzętu
- Koszty operacyjne pod kontrolą, w efekcie czego wynik EBITDA wzrósł r/r o 32 mln PLN

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 4Q'15



mln PLN	4Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	387	10%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	260	10%
EBITDA	125	10%
Marża EBITDA	32,3%	-0,1pkt%

- Wzrost przychodów głównie dzięki monetyzacji wyższych udziałów w oglądalności kanałów Grupy Polsat
- Wzrost kosztów związany jest z dodatkowymi inwestycjami w ofertę programową kanału głównego oraz wyższymi kosztami wynagrodzeń
- Wzrost raportowanego wyniku EBITDA o 11 mln PLN

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

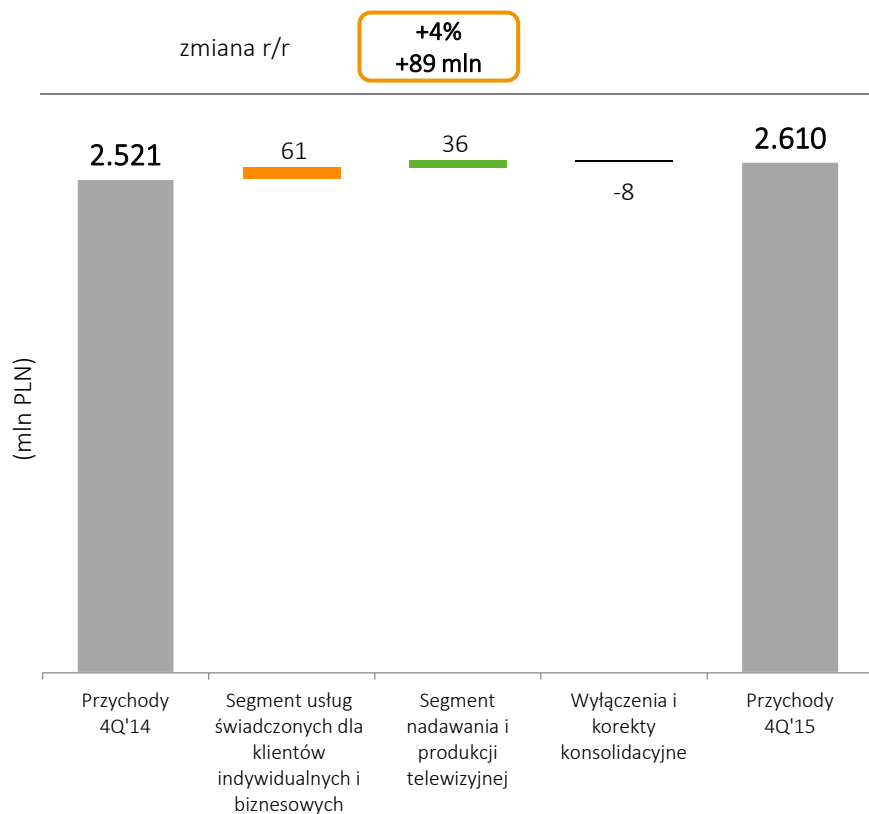




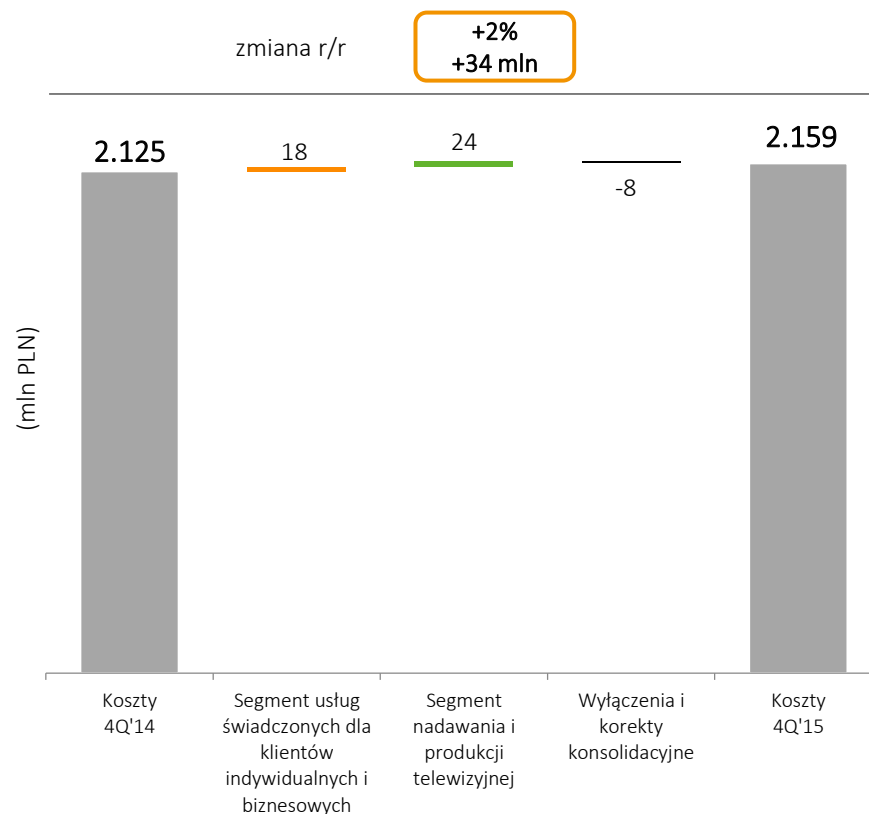
# Przychody i koszty – czynniki zmian 4Q'15



## Przychody ze sprzedaży



## Koszty operacyjne



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

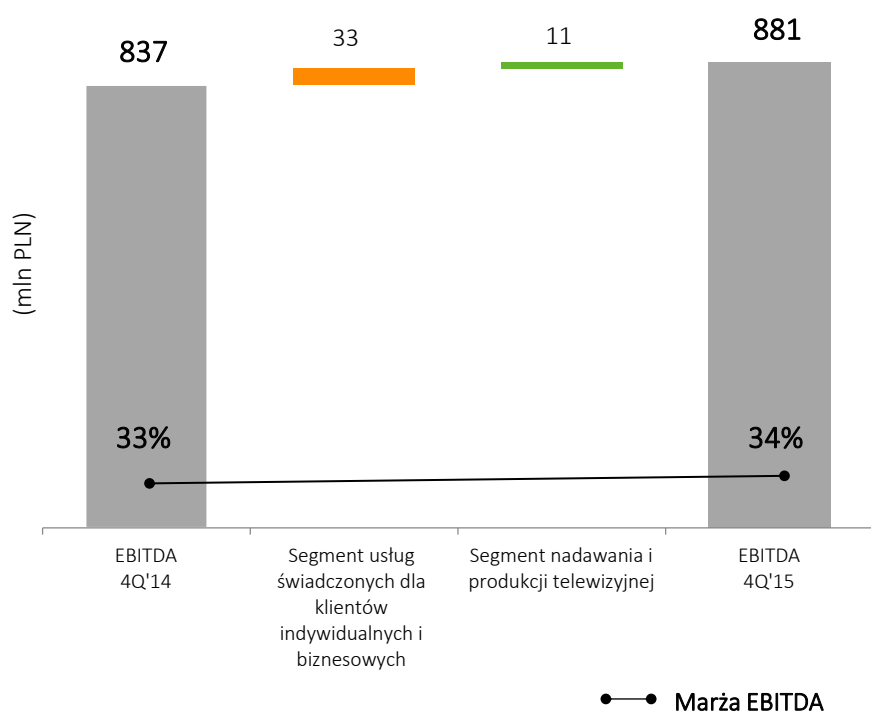


# EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 4Q'15



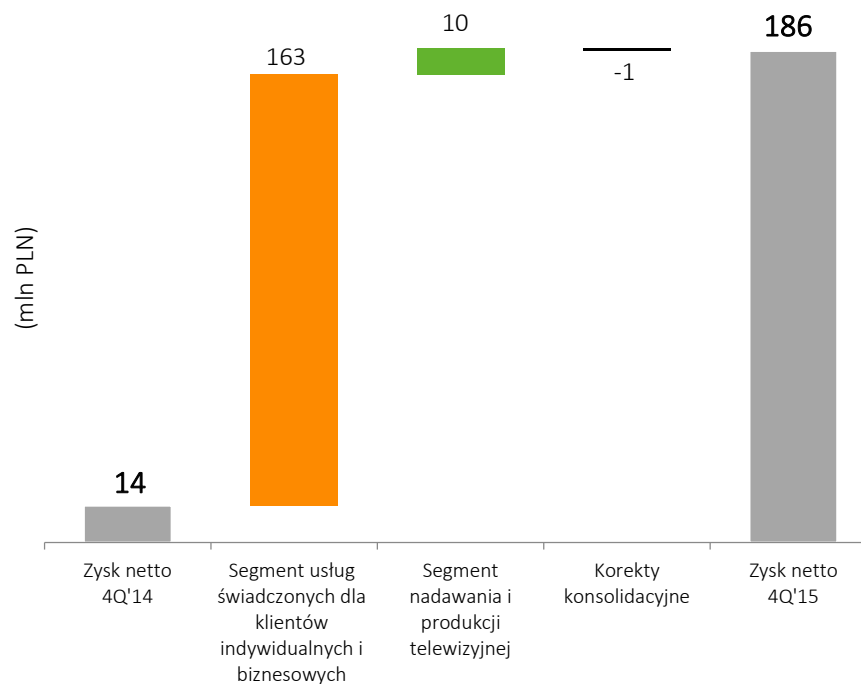
## EBITDA

zmiana r/r **+5%**  
**+44 mln**



## Zysk netto

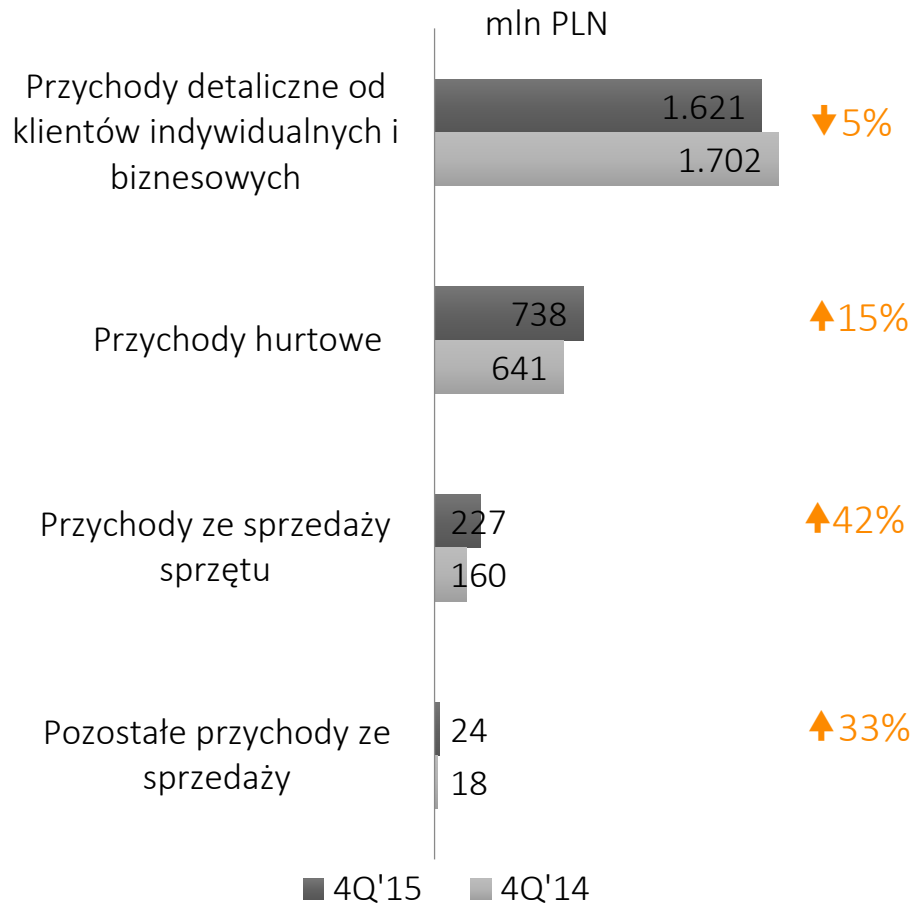
zmiana r/r **+1.227%**  
**+172 mln**



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura przychodów ze sprzedaży w 4Q'15



- Niższe przychody detaliczne przede wszystkim w wyniku spadku przychodów z usług głosowych, co spowodowane jest wysoką konkurencyjnością rynku telekomunikacyjnego, co zostało częściowo skompensowane rosnącymi przychodami z usług dostępu do mobilnego Internetu
- Wzrost przychodów hurtowych, głównie dzięki znacznie wyższym przychodom reklamowym Telewizji Polsat, jak również dzięki wzrostowi przychodów typu Interconnect oraz z tytułu wynajmu infrastruktury telekomunikacyjnej
- Wyższe przychody ze sprzedaży sprzętu przede wszystkim dzięki wyższym przychodom ze sprzedaży sprzętu w ramach umów na usługi telekomunikacyjne wraz z urządzeniem w modelu subsydiowanym (efekt wyższych cen jednostkowych sprzedawanego sprzętu), wyższych przychodów z tytułu sprzedaży ratalnej, optymalnemu zarządzaniu zapasami oraz wzrostowi sprzedaży dekoderów

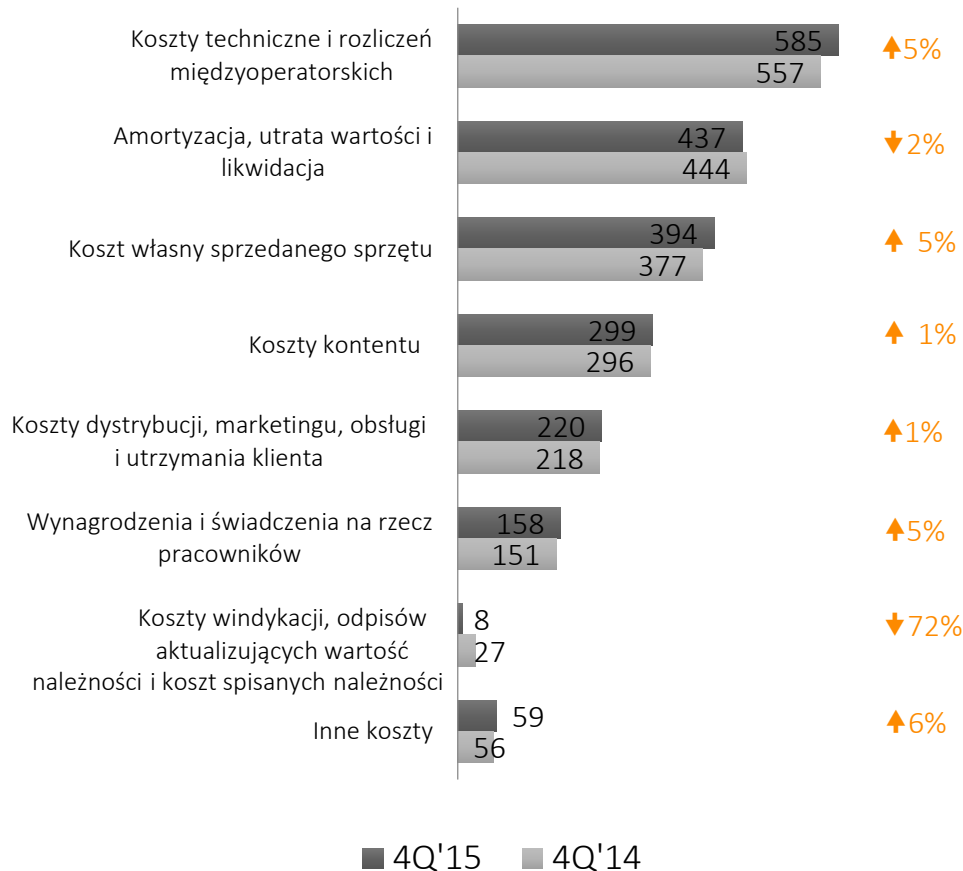
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura kosztów operacyjnych w 4Q'15



mln PLN

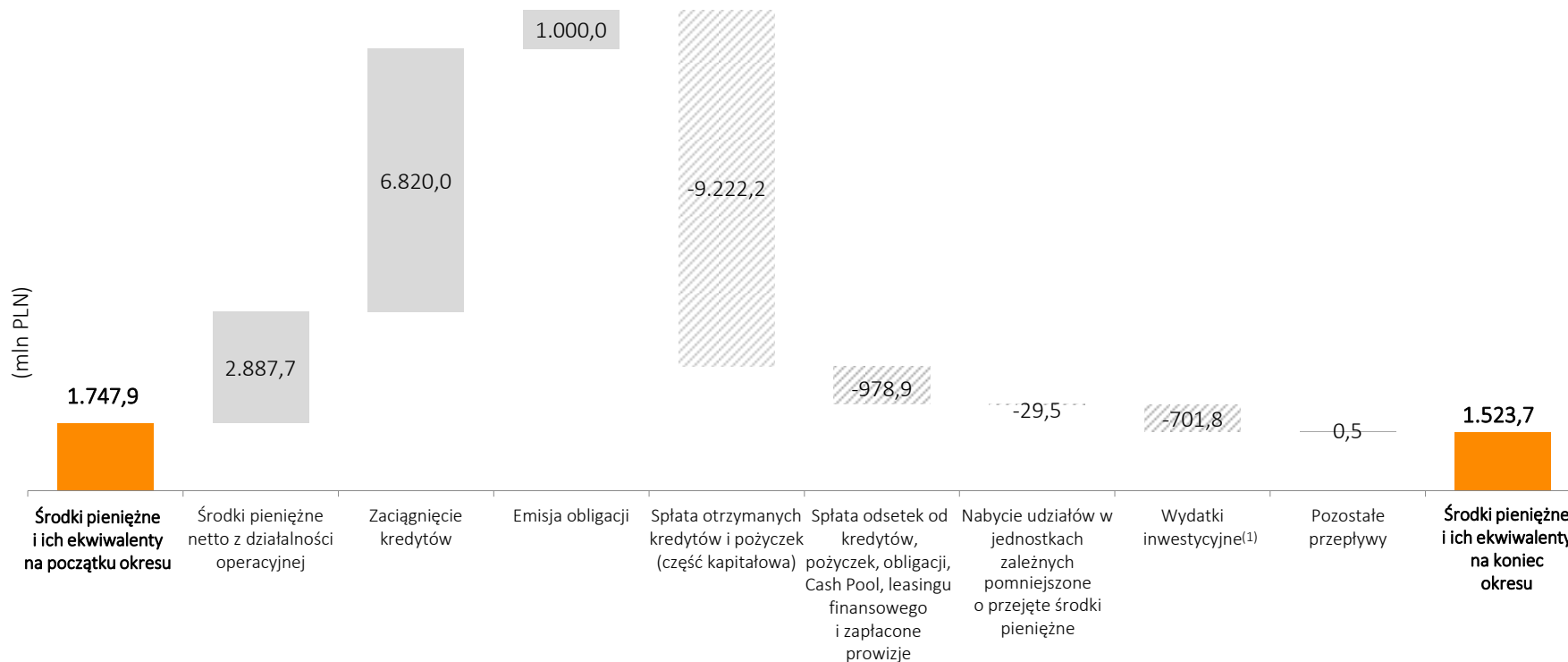


- Koszty techniczne pod wpływem wzrostu kosztów typu Interconnect oraz kosztów zrealizowanego ruchu w ramach usługi dostępu do szerokopasmowego Internetu
- Spadek kosztów amortyzacji, utraty wartości i likwidacji, m.in. w wyniku niższych kosztów amortyzacji infrastruktury telekomunikacyjnej
- Wyższy koszt własny sprzedanego sprzętu, spowodowany przede wszystkim większą liczbą umów na usługi telekomunikacyjne ze sprzętem zawartych w 4Q'15 oraz wzrostem sprzedaży dekoderek
- Niższe koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszty spisanych należności, m.in. w wyniku niższych kosztów odpisów na należności

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



# Rachunek przepływów pieniężnych w 2015 r.



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne  
 Nota: (1) zawierają płatność za koncesję UMTS, nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze

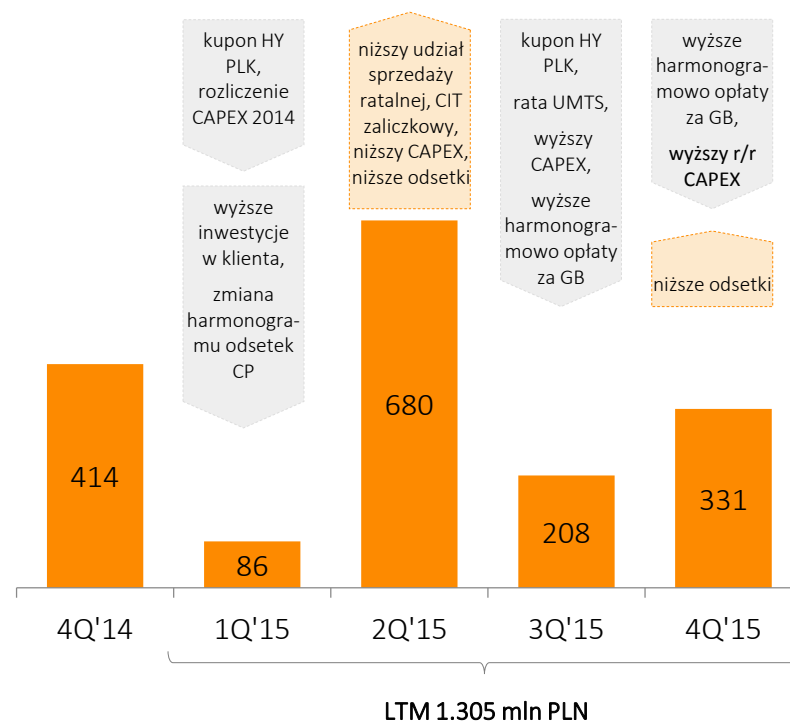


# Uzgodnienie FCF po odsetkach



mIn PLN	4Q'15	FY'15
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	778	2.888
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-150	-727
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, Cash Pool <sup>(1)</sup>	-175	-979
<b>FCF po odsetkach</b>	<b>453</b>	<b>1.182</b>
Depozyt zwrotny dot. aukcji 800/2600 MHz	-215	-
Prowizje bankowe i inne koszty organizacji refinansowania	93	93
Nabycie udziałów w spółkach	-	30
<b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>	<b>331</b>	<b>1.305</b>

## Skorygowany FCF po odsetkach<sup>(2)</sup>



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne  
 Nota: (1) Obejmuje wpływ instrumentów IRS/CIRS/forward.

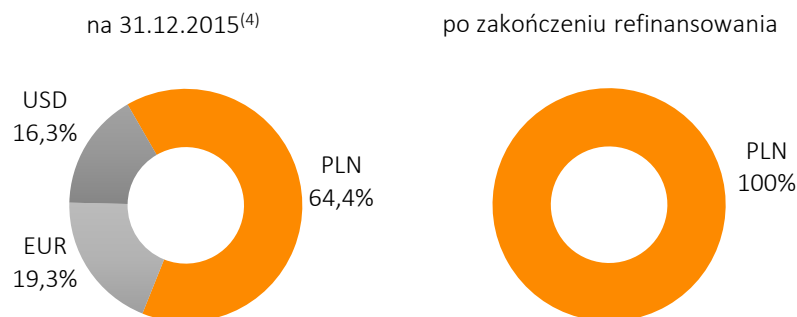


# Zadłużenie grupy na 31 grudnia 2015 r.

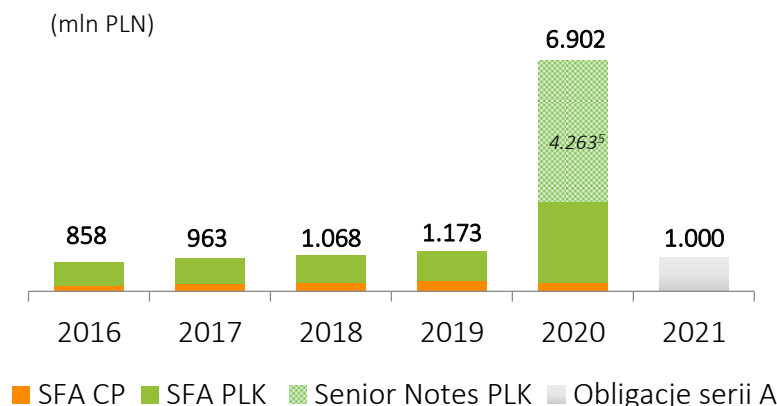


mln PLN	Wartość bilansowa	Wartość nominalna
Kredyt Terminowy CP	1.188	1.200
Kredyt Rewolwingowy CP	0	0
Kredyt Terminowy PLK	5.423	5.500
Kredyt rewolwingowy PLK	0	0
Obligacje serii A	1.018	1.000
Obligacje Senior Notes PLK EUR <sup>1</sup>	2.569	2.312
Obligacje Senior Notes PLK USD <sup>2</sup>	2.165	1.951
Leasing	25	25
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>3</sup>	1.524	1.524
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>10.864</b>	<b>10.464</b>
EBITDA LTM	3.685	3.685
<b>Zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>2,95x</b>	<b>2,84x</b>

## Struktura walutowa zadłużenia



## Zapadalność długu<sup>4</sup>



<sup>1</sup> Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR, przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 31 grudnia 2015 roku na poziomie 4,2615 PLN/EUR. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

<sup>2</sup> Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 500 mln USD, przeliczona według kursu NBP z dnia 31 grudnia 2015 roku na poziomie 3,9011 PLN/USD. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

<sup>3</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych

<sup>4</sup> Wartość nominalna zadłużenia z wyłączeniem Kredytu Rewolwingowego CP i Kredytu Rewolwingowego PLK

<sup>5</sup> Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR i 500 mln USD przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 31 grudnia 2015 r. na poziomie, odpowiednio, 4,2615 PLN/EUR i 3,9011 PLN/USD. W związku ze spłatą obligacji w styczniu 2016 r., zadłużenie z tytułu Obligacji Senior Notes PLK zostało wykazane w śródrocznym skonsolidowanym bilansie na dzień 31 grudnia 2015 r. w pozycji krótkoterminowe zobowiązania z tytułu obligacji

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



# 4. Aneks

A horizontal decorative bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.



<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>Klient</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w <b>modelu kontraktowym</b> .
<b>ARPU kontrakt</b>	Średni miesięczny przychód od <b>Klienta</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>ARPU pre-paid</b>	Średni miesięczny przychód od <b>RGU pre-paid</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>Churn</b>	<p>Rozwiązanie umowy z <b>Klientem</b> w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym.</p> <p>Wskaźnik churn prezentuje stosunek liczby klientów, którym dezaktywowano ostatnią usługę (w drodze wypowiedzenia, jak i dezaktywacji w wyniku działań windykacyjnych lub z innych przyczyn) w okresie ostatnich 12 miesięcy do średniorocznej liczby klientów w tym 12 miesięcznym okresie.</p>
<b>Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)</b>	<p>Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych.</p> <p>W praktyce oznacza to, iż dana karta w okresie minionych 90 dni musiała być włożona do telefonu bądź innego urządzenia, które było uaktywnione i było w stanie wykonać bądź odebrać połączenie, wiadomość, sesję transmisji danych. Definicja użyciowa 90-dniowa eliminuje tym samym karty nieaktywne.</p> <p>Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agencji Cyfrowej).</p>



## Kontakt

### **Olga Zomer**

Rzecznik Prasowy

Telefon: +48 (22) 356 6035

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: [ozomer@cyfrowypolsat.pl](mailto:ozomer@cyfrowypolsat.pl)

### **Bartłomiej Drywa**

Dyrektor Relacji Inwestorskich

Telefon: +48 (22) 356 6004

Faks: +48 (22) 356 6003

Email: [bdrywa@cyfrowypolsat.pl](mailto:bdrywa@cyfrowypolsat.pl)

Lub odwiedź naszą stronę internetową:

[www.grupapolsat.pl](http://www.grupapolsat.pl)

